



KANTAR TNS.

**Verkehrsökonomik und –politik
Verkehrsmodellierungen und Grundlagen der
Bewertung**

**Wie beeinflussen die Attraktivität von Verkehrsmitteln
und Marktgegebenheiten den Modal Split?**

Präsentation
Berlin, 15.Juni 2018

Gestaltungsmöglichkeiten des ÖPNV

Ziele

1. Entscheidungsgrundlage für zukünftige Maßnahmen
2. Steigerung der Attraktivität des ÖPNV

Kundenbedürfnisse verstehen



Analyse der Verkehrsmittelnutzung

Die „übliche“ Herangehensweise

- Wege in den Mittelpunkt stellen
- Zählung tatsächlicher Wege
- Wegetagebücher
- Beschreibung tatsächlicher Wege
- Mittelwertbildung über alle Wege
- Gründe für Verkehrsmittelwahl
- Fragen nach Wechselbereitschaft

Das war unsere Idee

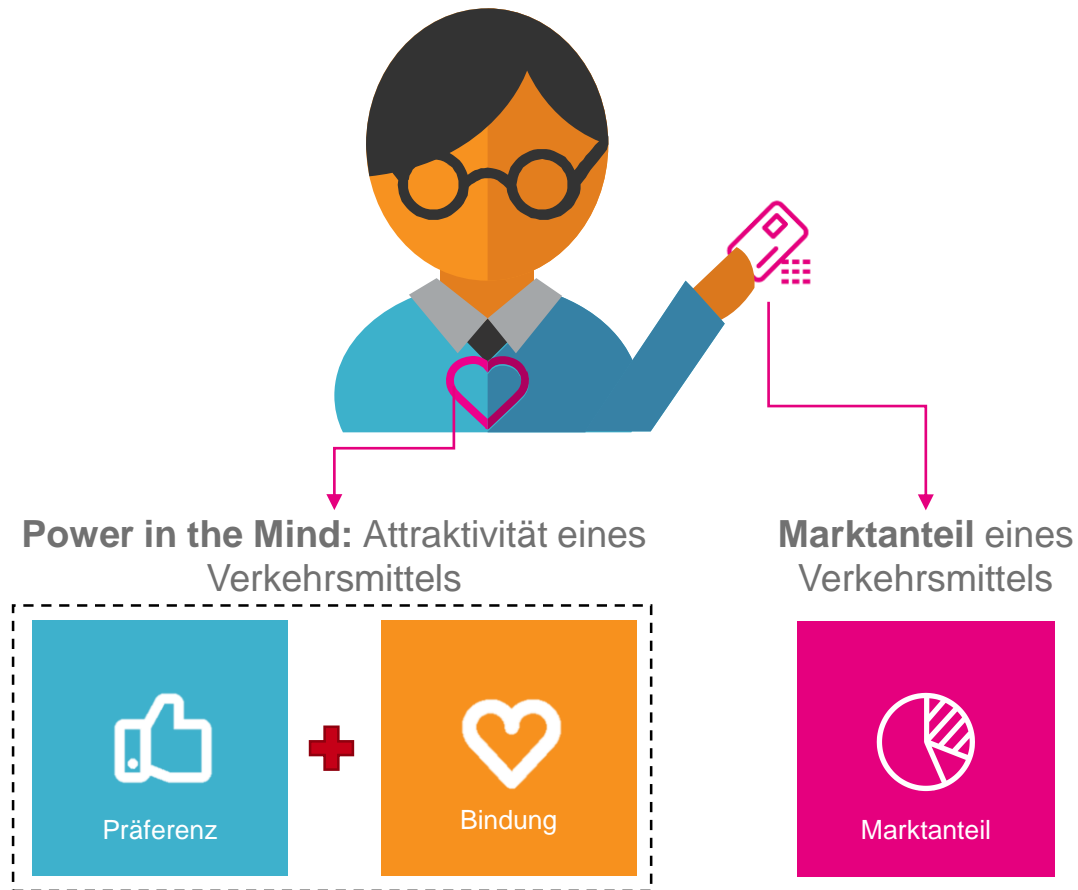
- Personen in den Mittelpunkt stellen
- Verkehrsmittelwahl als Entscheidungssituation
- Präferenzen bei der Wahl der Verkehrsmittel
- Ermittlung hemmender und unterstützender Faktoren



Entscheidungsprozesse zur multi-modalen Nutzung erfolgen auf Personenebene



Conversion Model: Aufzeigen von Potentialen eines Verkehrsmittels



- Betrachtung der Verkehrsmittel hinsichtlich Attraktivität (Power in the Mind) und Marktstärke (Power in the Market)
- Die Power in the Mind zeigt die Attraktivität unterschiedlicher Verkehrsmittel und somit die Wechselbereitschaft an
- Identifikation von Wachstumspotentialen (gegenüber dem Wettbewerb) und aktuellen Marktbarrieren

Conversion Model: Aufzeigen von Wachstumschancen

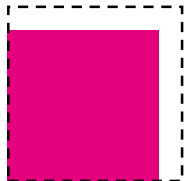
Mögliche Szenarien:




- 1. Power in the Mind < Marktanteil**
Risiko, nur durch spezifische Marktfaktoren werden Marktanteile gehalten



- 2. Power in the Mind = Marktanteil**
Attraktivität und Nutzung sind in Balance



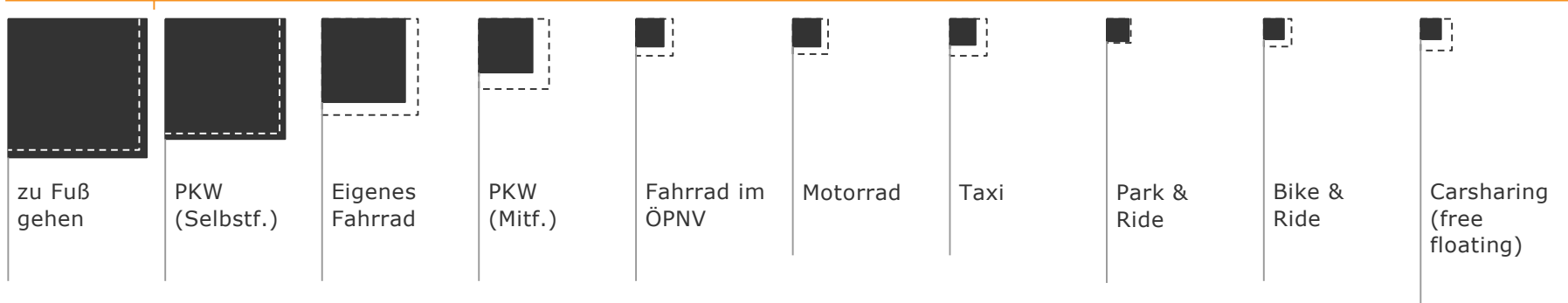
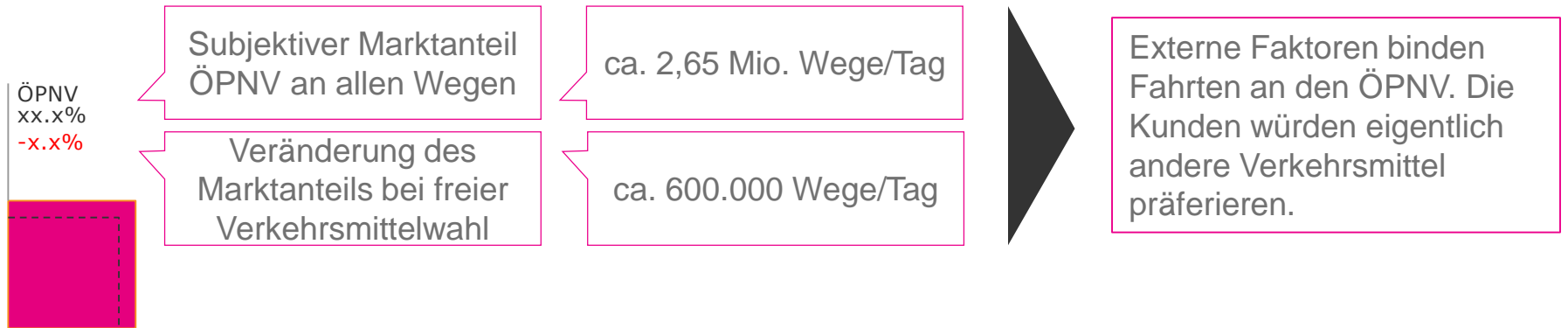
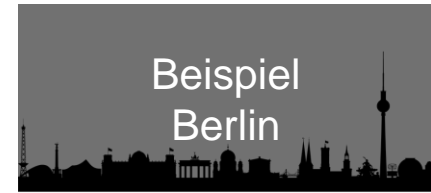
- 3. Power in the Mind > Marktanteil**
Marke hat Wachstumschancen, wenn (Markt-)Barrieren abgebaut werden

 Power in the Mind: Präferenz und Bindung an ein Verkehrsmittel

 Marktanteil



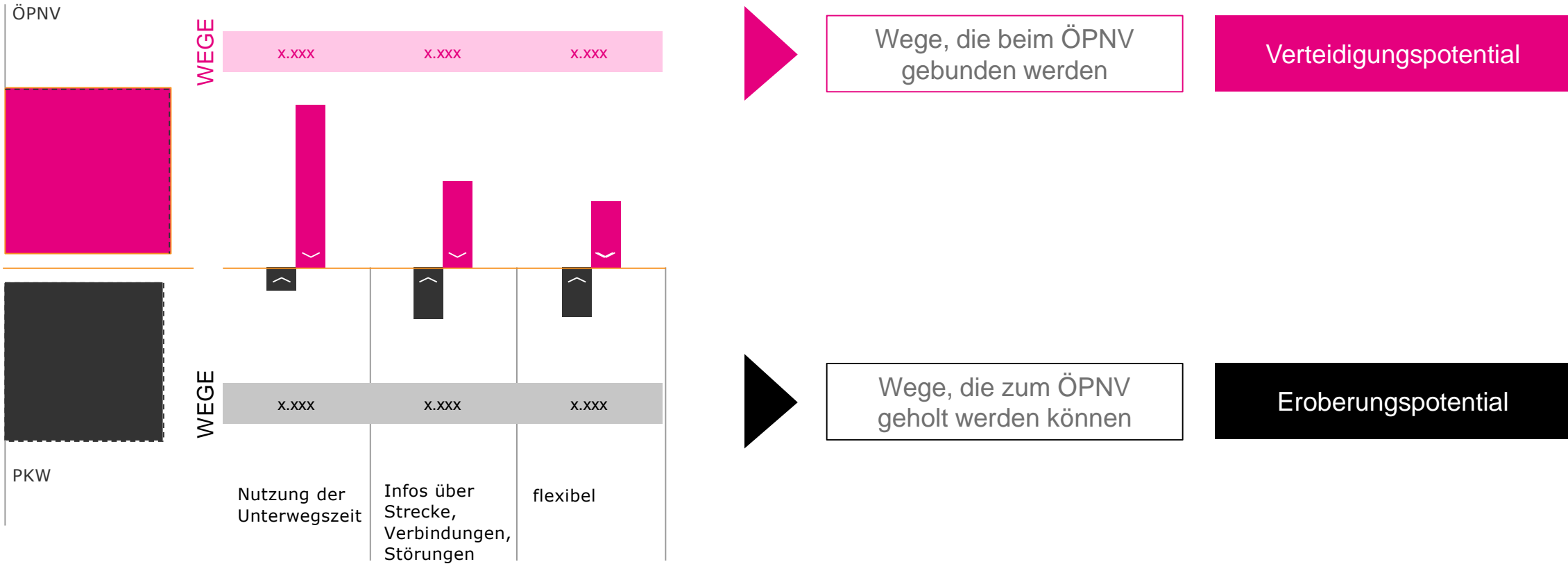
Vergleich zwischen Marktanteil und Power in the Mind



■ Your business ■ Other brand's current market share □ Projected market share
 SAMPLE SIZE: n. 2305 [2305 weighted] // CUSTOM FILTERS APPLIED: (Datenquelle is Panel-Befragung)

Wirkung der Marktfaktoren

ÖPNV vs. Pkw



■ Your business ■ Competitor market share □ Potential movement

SAMPLE SIZE: n. 2305 [2305 weighted], GAINS: 546, LOSSES: 1213 // CUSTOM FILTERS APPLIED: (Datenquelle equal to Panel-Befragung)

Attraktivität + Marktgegebenheiten = Modal Split

VM wird präferiert
VM passt zum Lebensstil

hemmen oder
fördern Nutzung

tatsächlicher Marktanteil
der Verkehrsmittel

Marktfaktoren

Stärken des ÖPNV vs. Stärken des Pkw



Nutzung der Unterwegszeit

Sicherheit vor Unfällen

Preiswert

Infos über Strecke, Verbindungen,
Störungen, ...

Umweltfreundlich

Flexibel

Nutzbar für Mobilitätseingeschränkte

Schnell zum Ziel

Wetterschutz

Personen mitnehmen

Zuverlässig zum Ziel

Einfache Zielerreichung

Zeitlich verfügbar

Hoher Komfort

Transportmöglichkeiten

Sicherheit vor Übergriffen

Privatsphäre / Ungestörtheit

Maßnahmen bewerten

USB-Anschlüsse in Fahrzeugen

10-Minuten-Takt

Mehr Sitze und Anlehnhilfen an Haltestellen

Saubere, helle Haltestellen

Verfügbarkeit von WLAN

Ansprechender Fahrgastraum

Mehr Stehplatzkomfort in Fahrzeugen

Größeres Sitzplatzangebot (mehr Fahrten, längere Züge, ...)

Fahrgastinfos in Fahrzeugen

24h Betrieb

Bessere Anbindungen an Arbeit, Freizeit, Versorgung

Mehr Service- & Sicherheitspersonal in Bahnen

Mehr Service- & Sicherheitspersonal an Stationen

Dynamische Fahrgastinfos an Haltestellen

Verringerung Ausfälle (Ersatzfahrzeuge)

Bevorzugung (an Ampeln) von Bussen und Trams

Mehr Pünktlichkeit durch Bevorzugung (an Ampeln) von Bussen und Trams

Videoüberwachung

Mehr Fahrradabstellmöglichkeiten an Haltestellen

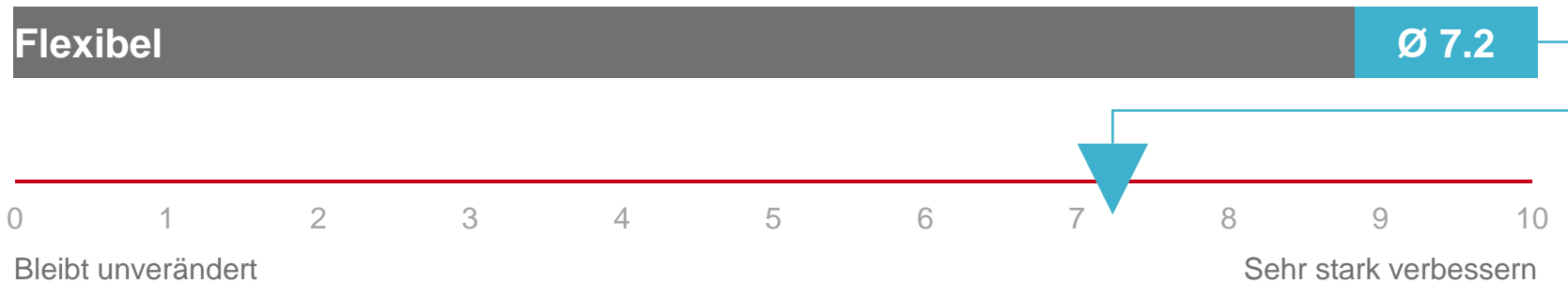
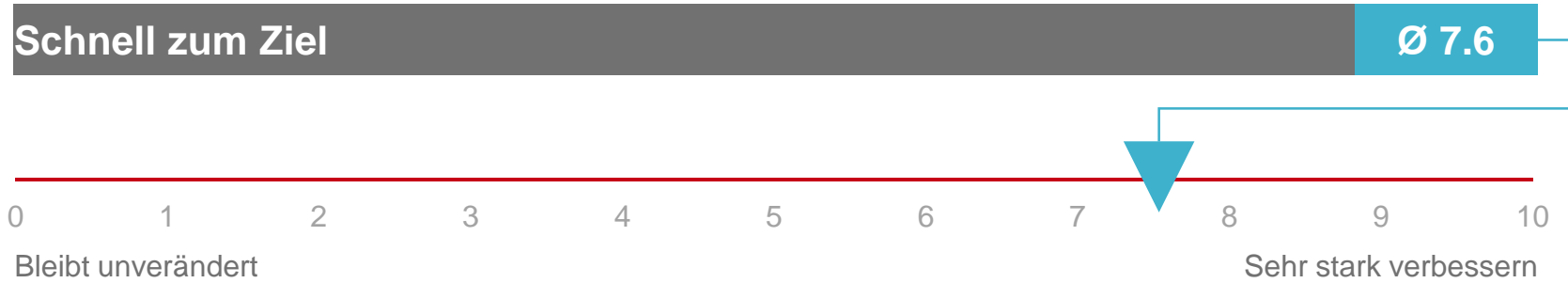
Wirkung von Maßnahmen

Ändern die Maßnahmen die Position der Marktfaktoren?



Inwieweit würde diese Maßnahme die Eigenschaften des ÖPNV verbessern?

Maßnahme: „10-Minuten-Takt“



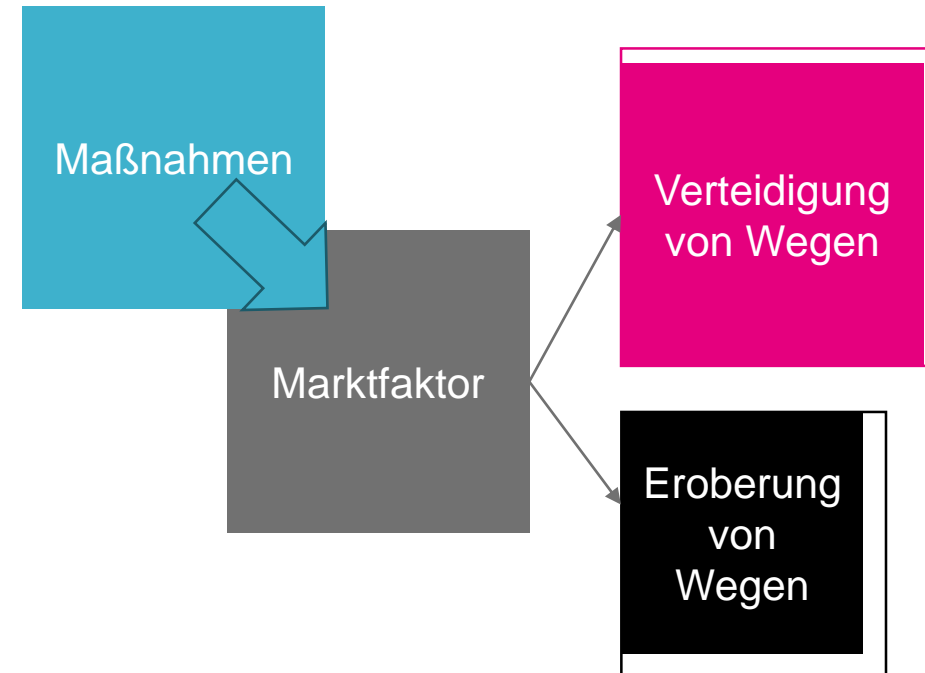
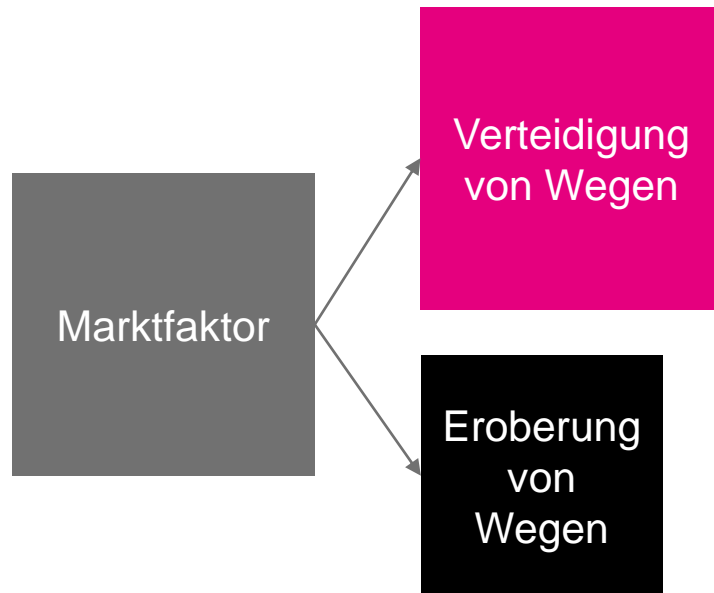
Entscheidungsgrundlagen liefern



Welche Maßnahmen sind für den ÖPNV besonders erfolgsversprechend?

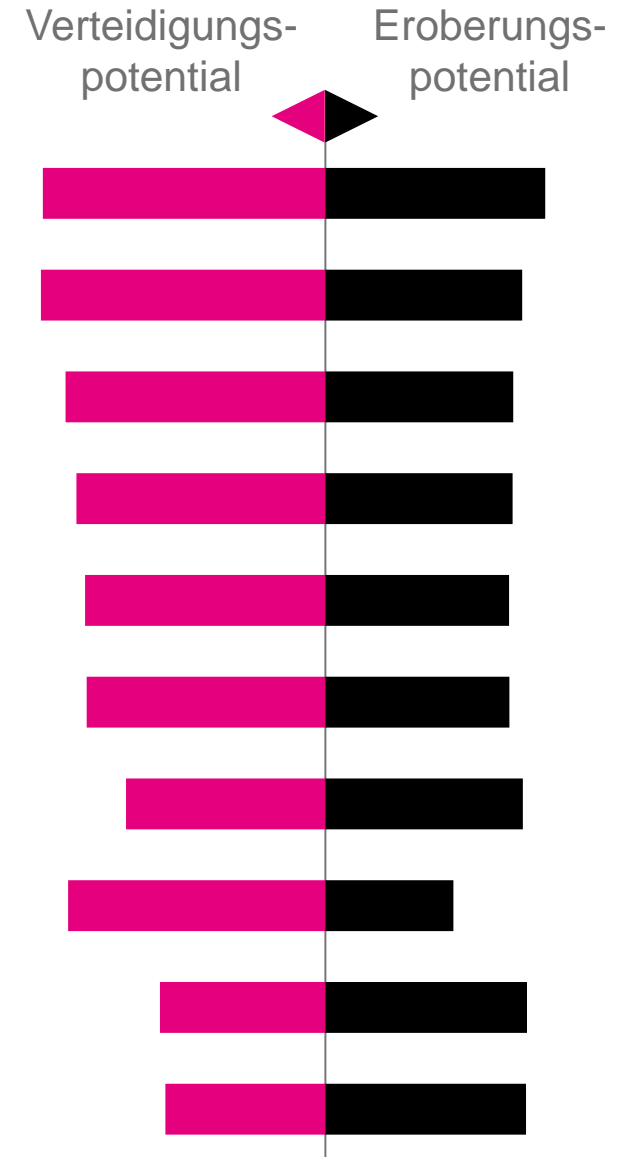
Status Quo

Wirkung der Maßnahme



Top10: ÖPNV vs. Pkw

		Wege
1	Jede Linie (Bus, Straßenbahn, U-, S-Bahn) verkehrt mindestens im 10-Minuten-Takt (Linien, die jetzt bereits häufiger fahren, sind nicht betroffen)	xx.xxx
2	Dynamische Fahrgastinformationen (Ankunftszeiten, Störungen, ...) in Echtzeit an allen Haltestellen/Stationen	xx.xxx
3	Fahrgastinformationssysteme (nächste Haltestellen, Anschlüsse, Störungen, ...) in Echtzeit in allen Fahrzeugen	xx.xxx
4	Verringerung von Störungen und Ausfällen durch mehr Ersatzfahrzeuge und bessere Instandhaltung	xx.xxx
5	Einführung eines 24h-Betriebs auf den meisten Linien	xx.xxx
6	Mehr Pünktlichkeit durch separate Spuren und Bevorzugung an Ampeln für Busse und Straßenbahnen	xx.xxx
7	Größeres Sitzplatzangebot, z.B. durch mehr Fahrten, längere Züge, Doppelstockbusse, ...	xx.xxx
8	Verfügbarkeit von WLAN in allen Fahrzeugen und an allen U-/S-Bahn-Stationen	xx.xxx
9	Mehr Service- und Sicherheitspersonal an U- und S-Bahn-Stationen (Aufgaben: Auskunft geben, Hilfe beim Ein- & Ausstieg, Konflikte schlichten, ...)	xx.xxx
10	Mehr Service- und Sicherheitspersonal in U- und S-Bahnen (Aufgaben: Auskunft geben, Hilfe beim Ein- & Ausstieg, Konflikte schlichten, ...)	xx.xxx



Fazit



Kundenbedürfnisse verstehen

Welche Marktfaktoren bestimmen den Modal Split?



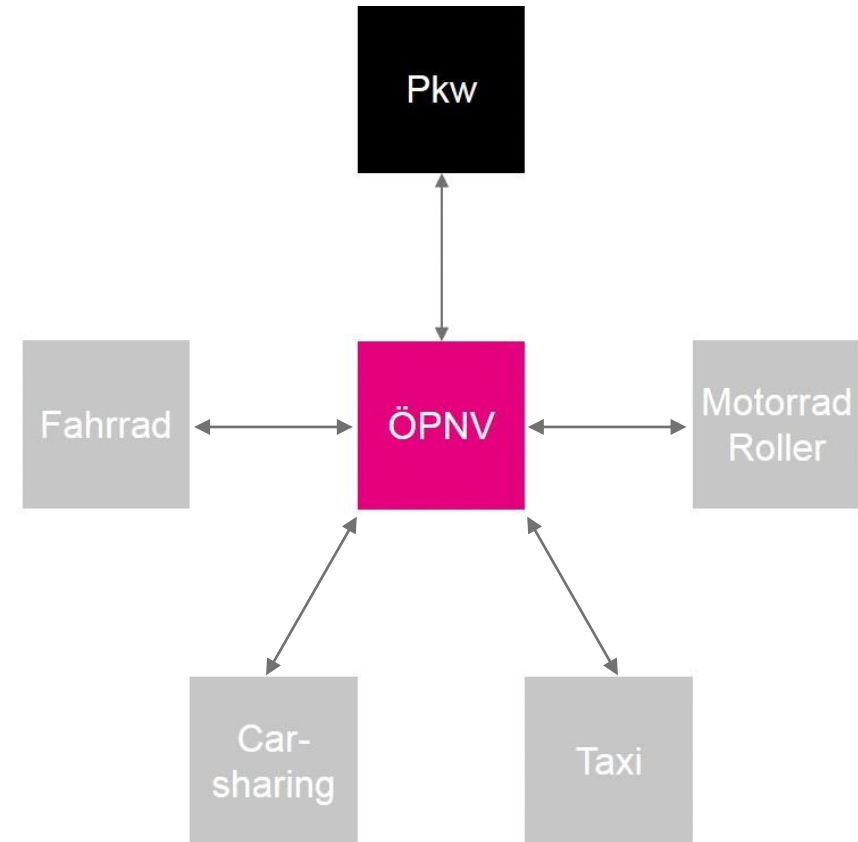
Maßnahmen bewerten

Welche Maßnahmen haben Einfluss auf die Marktfaktoren?



Entscheidungsgrundlagen liefern

Wie viele Wege können durch die Maßnahmen gewonnen/verteidigt werden?



Vielen Dank!



Florian Reiter

Kantar TNS

Senior Consultant | Travel & Transport

t +49 89 5600 1218

e florian.reiter@kantartns.com